

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Pendekatan dan Jenis Penelitian**

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang analisisnya menggunakan analisis statistik. Dalam penelitian kuantitatif pengukuran terhadap gejala yang diminati konsumen menjadi penting, sehingga pengumpulan data dilakukan dengan memberikan daftar pertanyaan berstruktur atau angket yang disusun berdasarkan pengukuran terhadap variabel yang diteliti yang kemudian menghasilkan data kuantitatif.<sup>70</sup> Selanjutnya angket diberikan kepada obyek penelitian yang kemudian akan dikembalikan kepada peneliti dengan angket yang sudah terisi oleh orang yang bersangkutan tersebut.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan jenis penelitian survey. Dalam survey ini, seluruh informasi akan diperoleh melalui penyebaran angket kepada konsumen. Penelitian ini tergolong dalam penelitian asosiasif, yaitu penelitian yang mencari

---

<sup>70</sup> Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2005), hal. 184

hubungan atau pengaruh sebab akibat dari sebuah hubungan atau pengaruh antara variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).<sup>71</sup>

## **B. Populasi, Sampling dan Sampel Penelitian**

### **1. Populasi penelitian**

Populasi merupakan sekumpulan atau himpunan dari seluruh karakteristik yang dimiliki obyek maupun subyek dalam penelitian yang akan dilakukan.<sup>72</sup> Dengan demikian populasi bukan hanya terkhususkan untuk manusia, namun obyek dan benda-benda mati yang ada juga bisa dijadikan sebagai populasi.<sup>73</sup> Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang melakukan pembelian produk secara langsung di gerai Rocket Chicken Tulungagung cabang Jepun yaitu terdapat sekitar 14.725 populasi.

### **2. Sampling dan Smapel Penelitian**

Teknik sampling dapat diartikan sebagai sebuah metode atau cara dalam mengambil sampel dari populasi yang ada.<sup>74</sup> Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah dengan menggunakan *non-probability* sampling dengan menggunakan cara penarikan

---

<sup>71</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. (Bandung: Penerbit Alfabeta, 2013), hal. 6

<sup>72</sup> Rokhmat Subagiyo, *Metode Penelitian Ekonomi Islam Konsep dan Penerapan*. (Jakarta: Alim's Publishing, 2017) hal. 63

<sup>73</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2007), hal 72

<sup>74</sup> *Ibid.*, hal.73

sampel yaitu *purposive sampling*. *Non-probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Sedangkan *purposive sampling* adalah teknik penarikan sampel yang dilakukan dengan memilih subyek berdasarkan kriteria spesifik yang ditetapkan oleh peneliti.<sup>75</sup> Dengan demikian subyek yang ditetapkan peneliti adalah konsumen yang mengunjungi dan melakukan pembelian produk secara langsung di gerai Rocket Chicken Tulungagung cabang Jepun.

Sedangkan sampel merupakan bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Bila penelitian ini memiliki populasi yang besar maka peneliti dapat mengambil sampel dari populasi tersebut. Untuk itu sampel yang diambil harus *representative* (mewakili).

Dalam penelitian ini, jumlah konsumen atau pembeli yang melakukan pembelian langsung pada gerai Rocket Chicken Tulungagung cabang jepun pada periode September 2018 sampai dengan Juli 2019 adalah sebanyak 14.725 konsumen atau pengunjung. Rumus yang akan digunakan untuk menentukan jumlah sampel adalah menggunakan rumus *Slovin* yaitu:<sup>76</sup>

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

---

<sup>75</sup> *Ibid.*, hal. 77

<sup>76</sup> Rokhmat Subagiyo, *Metode Penelitian Ekonomi Islam Konsep dan Penerapan*. (Jakarta: Alim's Publishing, 2017), hal. 71

Dimana:

$n$  = sampel

$N$  = populasi

$e$  = perkiraan tingkat kesalahan (10% atau 0,1)

selanjutnya untuk memperoleh jumlah sampel maka angka-angka terkait dimasukkan kedalam rumus tersebut, dan hasilnya adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{14725}{1 + [14725(0,1)^2]}$$

$$n = \frac{14725}{1 + 14725 (0,01)}$$

$$n = \frac{14725}{148,25}$$

$$n = 99,3254$$

Jadi jumlah sampel yang diperoleh dari rumus diatas adalah sejumlah 99 responden.

## C. Sumber Data, Variable dan Skala Pengukuran

### 1. Sumber Data

#### a. Data primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan langsung oleh peneliti dengan cara langsung dari sumbernya. Data primer juga

disebut sebagai data langsung.<sup>77</sup> Data primer pada penelitian ini adalah berupa kuesioner yang diberikan langsung kepada responden.

b. Data sekunder

Data sekunder yaitu data yang dikumpulkan peneliti dari semua sumber yang sudah ada. Data ini biasanya berasal dari data penelitian lain yang dilakukan oleh lembaga atau organisasi.<sup>78</sup>

## 2. Variabel Penelitian

Variable adalah suatu hal yang terbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga memperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>79</sup> Dengan demikian variabel-variabel yang akan diukur dan diuji dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Variabel *independen* atau variabel bebas yaitu variable yang mempengaruhi atau yang penyebab terjadi perubahan pada variable dependen.<sup>80</sup> Dalam penelitian ini variable bebasnya adalah harga (X1), kualitas produk (X2) dan kualitas pelayanan (X3)

---

<sup>77</sup> Rokhmat Subagiyo, *Metode Penelitian.....*, hal. 74

<sup>78</sup> *Ibid.*, hal. 75

<sup>79</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian.....*, hal. 31

<sup>80</sup> Rokhmat Subagiyo, *Metode Penelitian.....*, hal. 34

- b. Variabel *dependen* atau variabel terikat yaitu variable yang dipengaruhi atau variable yang menjadi akibat.<sup>12</sup> Variabel terikat dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen (Y).<sup>81</sup>

### 3. Skala Pengukuran

Skala pengukuran adalah penentuan atau penetapan skala atas suatu variabel berdasarkan jenis data yang melekat dalam variabel penelitian. Skala pengukuran merupakan acuan atau pedoman untuk menentukan alat ukur demi memperoleh hasil data kuantitatif.<sup>82</sup> Dalam penelitian ini menggunakan skala *likert*. Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.<sup>83</sup> Dengan skala *likert* maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel yang kemudian dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item pertanyaan atau pernyataan. Dimana jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala ini memiliki gradasi dari yang sangat positif sampai sangat negatif. Untuk mengukur skor skala *likert* adalah sebagai berikut:

- a. SS = sangat setuju diberi skor 5
- b. ST = setuju diberi skor 4

---

<sup>81</sup> *Ibid.*, hal. 43

<sup>82</sup> *Ibid.*, hal 109

<sup>83</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 21007), hal. 86

- c. N = netral diberi skor 3
- d. TS = tidak setuju diberi skor 2
- e. STS = sangat tidak setuju diberi skor 1

## **D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian**

### **1. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data merupakan cara atau metode yang digunakan peneliti untuk memperoleh atau mengumpulkan data dengan sebenar-benarnya yang nantinya dapat berguna dalam penelitian.<sup>84</sup> teknik yang akan digunakan adalah sebagai berikut:

#### **a. Metode observasi**

Observasi atau pengamatan secara langsung adalah kegiatan mengamati kondisi lingkungan obyek penelitian, sehingga akan mendapatkan gambaran secara jelas mengenai kondisi objek tersebut.

#### **b. Metode Kuesioner (daftar pertanyaan)**

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data dengan cara peneliti mengajukan beberapa pertanyaan atau pernyataan kepada responden yang kemudian dijawab secara tertulis.

---

<sup>84</sup> Rokhmat Subagiyo, *Metode Penelitian.....*, hal. 80

### c. Dokumentasi

Dokumen merupakan suatu teknik pengumpulan data dengan menghimpun dan menganalisis dokumen baik tertulis, gambar maupun elektronik. Metode ini digunakan untuk memenuhi data atau informasi yang diperlukan untuk kepentingan variabel penelitian yang telah didesain sebelumnya.<sup>85</sup>

## 2. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah suatu alat yang dipakai untuk mengukur fenomena alam ataupun sosial yang diamati.<sup>86</sup> Alat yang digunakan oleh peneliti adalah angket. Agar instrumen penelitian dapat berfungsi secara efektif, maka harus memenuhi syarat validitas dan reliabilitas. Jumlah instrumen penelitian ini tergantung pada jumlah variabel yang digunakan oleh peneliti. Kemudian variabel-variabel tersebut ditentukan indikatornya dan dijadikan butiran-butiran pertanyaan. Pada penelitian ini menggunakan instrument berupa angket dengan model skala *likert* dengan 5 opsi jawaban. Skala *likert*

---

<sup>85</sup> Syofian Siregar, *Statistik Deskriptif Untuk Penelitian*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), hal. 132

<sup>86</sup> Rokhmat Subagiyo, *Metode Penelitian.....*, hal. 120

merupakan skala yang sudah sering digunakan dalam penelitian karena dianggap lebih mudah dengan tingkat reliabilitas yang tinggi.<sup>87</sup>

Untuk memudahkan peneliti dalam proses pembentukan angket, maka peneliti terlebih dulu menuliskan kisi-kisi instrumen penelitian sebagai berikut:

**Tabel 3.1 Kisi-kisi Instrumen Penelitian**

Variabel	Indikator	Pertanyaan
Harga <sup>88</sup>	Keterjangkauan harga	a. Harga produk Rocket Chicken Terjangkau. b. Harga produk Rocket Chicken bervariasi.
	Harga bersaing	c. Harga produk Rocket Chicken mampu bersaing dengan harga pesaing
	Kesesuaian harga dengan kualitas	d. Harga produk Rocket Chicken sesuai dengan kualitas produk
	Kesesuaian harga dengan manfaat	e. Harga produk Rocket Chicken sesuai dengan manfaat produk
Kualitas produk <sup>89</sup>	Estetika ( <i>esthetica</i> )	a. Produk Rocket Chicken dikemas dengan kemasan yang menarik
	Kinerja ( <i>performance</i> )	b. Produk Rocket Chicken memenuhi keinginan dari para pelanggan yang melakukan pembelian

<sup>87</sup> Husein Usman dan Setyadi Purnomo, *Metodologi Penelitian Sosial*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), hal. 65

<sup>88</sup> Dedi Ansari Harahap, *Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi keputusan Pembelian Konsumen di Pajak USU (Pajus) Medan*, *Ejurnal Keuangan dan Bisnis*, Vol.7 No.3, (Medan: Universitas Islam Sumatera Utara, 2015), Hal. 232

<sup>89</sup> Arfiani Bahar dan Herman Sjahrudin, *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli Ulang*, *Ejurnal Organisasi dan Manajemen* Vol. 3 (Bongaya: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi, 2015) hal. 17

	Kesesuaian ( <i>conformance</i> )	c. Produk Rocket Chicken disesuaikan dengan kebutuhan konsumen
	Daya tahan ( <i>durability</i> )	d. Produk Rocket Chicken sudah steril dan bersih e. Produk Rocket Chicken memiliki daya tahan produk yang terjamin
	Kualitas yang dipersepsikan ( <i>perceived quality</i> )	f. Produk Rocket Chicken menggunakan bahan baku yang berkualitas dan sehat
		g. Produk Rocket Chicken menggunakan bahan baku yang aman
Kualitas Pelayanan <sup>90</sup>	Berwujud ( <i>tangible</i> )	a. Gerai Rocket Chicken memiliki layanan fasilitas fisik yang memadai termasuk ruang makan, dapur, toilet dan alat-alat modern
	Keandalan ( <i>reliability</i> )	b. Gerai Rocket Chicken memiliki layanan yang ramah dalam melayani konsumen
	Ketanggapan ( <i>responsiveness</i> )	c. Gerai Rocket Chicken memiliki layanan yang tanggap dalam melayani konsumen d. Gerai Rocket Chicken memiliki layanan jaminan pada konsumen
	Empati ( <i>empathy</i> )	e. Gerai Rocket Chicken serius dalam menanggapi keluhan dan permintaan konsumen
	Jaminan ( <i>Assurance</i> )	f. Rocket Chicken memberikan pelayanan yang baik agar konsumen merasa aman dari bahaya saat mengonsumsi produk terkait.
Kepuasan Konsumen <sup>91</sup>	Pembelian ulang ( <i>repurchase</i> )	a. Pelanggan melakukan pembelian kembali produk

<sup>90</sup> Nirwana, *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jasa*, (Malang: Dioma, 2004), hal. 29

<sup>91</sup> Ariadi Wibowo, *Analisis Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Perumahan Sembungharjo permai Pangembang PT. Sindur Graha Tama*, *Ejurnal Sains pemasaran Indonesia* Vol. 8 No. 2 (Semarang: Universitas Diponegoro, 2009) hal. 177

		Rocket Chicken.
	<i>Word of mouth</i> (ungkapan yang baik)	b. Pelanggan senantiasa memberikan berita kepada teman mengenai kemanfaatan produk Rocket Chicken
		c. Pelanggan senantiasa memberikan berita kepada teman mengenai kebaikan dan keunggulan produk Rocket Chicken  d. Pelanggan senantiasa memberikan berita kepada orang terdekat mengenai kepuasannya terhadap produk Rocket Chicken
	Citra merek yang baik	e. Pelanggan senantiasa membeli produk Rocket Chicken daripada produk sejenis dari perusahaan lain.
	Keputusan pembelian	f. Pelanggan senantiasa membeli produk lain di gerai Rocket Chicken.  g. Pelanggan senantiasa merasa puas melakukan pembelian di gerai Rocket Chicken

### E. Analisis Data

Dalam menganalisa penelitian ini peneliti menggunakan metode kuantitatif asosiasif. Data dalam penelitian bersifat kuantitatif yang berwujud angka-angka atau perhitungan dan pengukuran di analisa dengan menggunakan statistic sebagai berikut:

## 1. Uji Validitas

Uji validitas adalah instrument atau alat yang mampu dipakai untuk mengukur apa yang seharusnya diukur dengan tepat.<sup>92</sup> Hal ini bertujuan untuk menguji mampukah setiap instrumen mengungkap faktor yang akan diukur. Jika  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$  dan nilai  $r$  adalah positif, maka butir pertanyaan dikatakan valid.

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan skala keajegan atau konsisten atau istiqomah dalam pengukuran.<sup>93</sup> Dikatakan *reliable* apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang juga sama.

Jika skala itu dikelompokkan ke dalam lima kelas dengan reng yang sama, maka ukuran kemantapan alpha dapat diinterpretasikan sebagai berikut ini:

- a. Nilai *alpha cronbach* 0,00 s.d 0,20 yang berarti kurang *reliable*.
- b. Nilai *alpha cronbach* 0,21 s.d 0,40 yang berarti agak *reliable*.
- c. Nilai *alpha cronbach* 0,41 s.d 0,60, yang berarti cukup *reliable*.
- d. Nilai *alpha cronbach* 0,61 s.d 0,80, yang berarti *reliable*.

---

<sup>92</sup> Rokhmat Subagiyo, *Metode Penelitian.....*, hal 93

<sup>93</sup> *Ibid.*, hal 94

- e. Nilai *alpha cronbach* 0,81 s.d 1,00, yang berarti sangat *reliable*.

### 3. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk mengetahui apakah model regresi layak digunakan atas variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian. Dengan demikian perlu adanya beberapa uji sebagai berikut:

#### a. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan uji yang digunakan untuk mengecek apakah data penelitian berasal dari populasi yang sebenarnya adalah normal. Kemudian pengolahannya menggunakan aplikasi spss 16.0 dengan asumsi sebagai berikut ini:

$H_0$  = data tidak berdistribusi normal

$H_1$  = data berdistribusi normal

Dengan menggunakan taraf signifikansi  $\alpha = 0,05$ . Terima  $H_1$  jika nilai signifikansi  $> 0,05$  dan tolak  $H_0$  jika nilai signifikansi  $< 0,05$ .

#### b. Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas berarti antara variabel bebas yang satu dengan variabel bebas yang lain dalam model saling berkorelasi linier.<sup>94</sup> Tujuannya adalah menguji apakah model regresi ditemukan

---

<sup>94</sup> Misbahuddin dan Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2013), hal. 110

adanya korelasi antar variabel bebas tersebut. Apabila terjadi maka akan sangat sulit untuk menemukan variabel bebas mana yang mempengaruhi variabel terikat. Diantara variabel *independen* terdapat korelasi mendekati +1 atau -1 maka diartikan persamaan regresi tidak akurat digunakan dalam persamaan tersebut. Untuk mendeteksi adanya multikorelitas yaitu jika nilai *variance inflation factor* (VIF) tidak lebih dari 10, maka model tersebut terbebas dari multikolinieritas.<sup>95</sup>

#### 4. Uji Heteroskedastisitas

Uji ini berguna untuk menguji terjadinya perbedaan varian residual suatu periode pengamatan yang lain pada model regresi linier. Jika asumsi heteroskedastisitas tidak terpenuhi, maka model regresi dinyatakan tidak valid sebagai alat peramalan. Regresi yang tidak terjadi heteroskedastisitasnya jika:<sup>96</sup>

- a. Titik-titik data menyebar diatas, dibawah atau disekitar angka 0.
- b. Titik-titik data tidak mengumpul diatas atau dibawah saja.
- c. Penyebaran titik-titik data tidak boleh membentuk pola bergelombang melebar lalu menyempit dan melebar kembali.

---

<sup>95</sup> Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik Dengan SPSS 16.0*, (Jakarta: PT. Prestasi Pustaka, 2009), hal. 97

<sup>96</sup> Sujarweni Wiratna, *SPSS Untuk Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Pres, 2014), hal. 186-187

Pada umumnya Cara memprediksi ada tidaknya heterokorelitas pada suatu model dapat dilihat dengan pola gambar *Scatterplot*. Untuk memperkuat tidak terjadinya heteroskedastisitas pada *scatterplot*, maka perlu adanya uji hipotesis yaitu dengan menggunakan uji *glesier*. Caranya adalah meregresikan antara variabel bebas dengan nilai absolut residualnya.

## 5. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi ini berguna untuk meramalkan variabel terikat jika variabel bebas diturunkan ataupun dinaikkan.<sup>97</sup> Setelah data penelitian berupa jawaban responden dari angket yang telah disebarkan, dilakukan analisis data dengan berpedoman pada analisis regresi. Adapun model dasarnya dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y_1 = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Dimana

$Y_1$  = kepuasan konsumen

$a$  = bilangan konstanta

$b_1$  = koefisien variabel

$e$  = error of term

---

<sup>97</sup> Muhammad Teguh, *Metodologi Penelitian Ekonomi : Teori dan Aplikasi*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2005), hal. 120

$X_1$  = harga

$X_2$  = kualitas produk

$X_3$  = kualitas pelayanan

## 6. Uji Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban yang bersifat sementara atas rumusan masalah yang diajukan dalam penelitian yang bersifat teoritis dan belum dalam bentuk jawaban secara empiris dan praktis dalam menjawab pertanyaan-pertanyaan dalam penelitian atau riset.<sup>98</sup> Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat maka akan digunakan uji anova. Sedangkan untuk pengaruh masing-masing variabel independen secara individu maka diukur menggunakan uji t-statistik.

### a. Uji t (parsial)

Uji t merupakan alat uji statistik yang digunakan untuk menguji hipotesis komparatif dua sampel bila datanya berada pada skala interval atau rasio. Fungsinya adalah untuk menguji kemampuan generalisasi (signifikansi) hasil penelitian yang berupa perbandingan keadaan kelompok dari dua rata-rata sampel.<sup>99</sup> Jika masing-masing variabel bebas lebih besar dari  $t_{hitung}$  maka variabel

---

<sup>98</sup> Rokhmat Subagiyo, *Metode Penelitian.....*, hal. 54

<sup>99</sup> Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif. Analisis Isi Data Sekunder*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), hal. 192

bebas tersebut secara parsial atau individu memiliki pengaruh terhadap variabel terikat yaitu kepuasan konsumen. Adapun prosedurnya adalah sebagai berikut:

$H_0$  = tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

$H_1$  = ada pengaruh yang signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

Jika signifikan nilai  $t < 0,05$  maka ada pengaruh signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Artinya tolak  $H_0$  terima  $H_1$ . Begitu juga sebaliknya, jika signifikan nilai  $t > 0,05$  maka tidak ada pengaruh signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Artinya terima  $H_0$  tolak  $H_1$ .

b. Uji F (simultan)

Uji ini digunakan untuk menguji secara bersama-sama atau simultan variabel bebas terhadap variabel terikat. Adapun prosedurnya adalah sebagai berikut:<sup>100</sup>

$H_0$  = secara bersama-sama tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

---

<sup>100</sup> *Ibid.*, hal. 194

$H_1$  = secara bersama-sama terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

Jika signifikan nilai F-hitung  $< 0,05$  maka ada pengaruh positif dan signifikan secara simultan antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Jika signifikan nilai F-hitung  $> 0,05$  maka tidak ada pengaruh positif dan signifikan secara simultan antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

#### 7. Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi variabel *independen* (harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan) terhadap variabel *dependen* (kepuasan konsumen). Jika analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier sederhana maka yang digunakan adalah *R square*. Namun jika analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda maka yang digunakan adalah *adjusted R square*.<sup>101</sup> *Adjusted R square* dapat dikatakan sebagai nilai R yang telah disesuaikan dan memiliki nilai yang lebih kecil dari *R square*, biasanya *adjusted R square* bernilai negatif.

---

<sup>101</sup> Imam Ghozali, *Ekometrika Dengan SPSS 17.0*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013), hal. 97